



Thông kê nhu cầu thị trường du khách

Hồ sơ nhân khẩu học:

Đao động tuổi, giới, trình độ văn hoá, quốc tịch và nơi đến của du khách?

Ai đã đến vùng này rồi?

Có bao nhiêu người đang thăm các cư dân nước ngoài và bao nhiêu người là du khách?

Mục đích của hành trình:

Du khách đến để công tác hay trong thời gian rảnh rỗi?

Họ có thăm bạn bè và gia đình không?

Họ đến cho các mục đích tình nguyện hoặc giáo dục không?

Tại sao họ lại di chuyển đến các vùng tập trung?

Các quan tâm lữ hành:

Du khách muốn thoả mãn nhu cầu về chuyên môn, cảm giác, cơ học hay tâm lý học trong chuyến nghỉ của mình?

Những vùng nào mà họ đã đến thăm trong thời gian lưu nghỉ?

Những kinh nghiệm và hiểu biết tìm kiếm có được:

Họ có quan tâm tìm hiểu sâu hơn về đời sống hoang dã, văn hoá địa phương hoặc lịch sử địa phương?

Những điểm thu hút nào mà du khách muốn trải nghiệm?

Họ có kế hoạch làm gì trong hành trình của họ không?

Những dịch vụ được sử dụng:

Những tour và chương trình trọn gói nào mà du khách đã thực hiện và họ mua từ ai?

Họ đã mua vé quốc tế hay địa phương?

Những dịch vụ khác mà du khách sử dụng? Họ có cảm thấy thoả mãn cho những dịch vụ mà họ mua không?



Ai là người hưởng lợi nhiều nhất từ những lợi tức của các sử dụng này?

Họ đã tiêu tốn bao nhiêu (trung bình)?

Có bao nhiêu du lịch lưu trú lại tại những điểm tập trung so với những người chỉ ghé qua?

Thói quen lữ hành:

Kích cỡ của nhóm du khách?

Du khách có đến những điểm đến khác trước lúc đến đây không?

Họ đã tiêu tốn bao nhiêu cho mỗi điểm đến?

Họ đã sử dụng những phương pháp nào để đặt chỗ và tìm thông tin

Họ đã sử dụng những phương tiện giao thông nào để đến điểm này và khi nào họ đã có mặt tại điểm đến?

Có bao nhiêu là đến “tham quan” và có bao nhiêu chỉ là đến điểm này?

Sự hài lòng tổng thể:

Điểm đến có đáp ứng được nhu cầu của du khách không?

Họ có được bổ sung thêm vào những trải nghiệm và hiểu biết mà họ mong muốn không?

Họ có được phục vụ theo cách mà họ mong muốn không?

Những dịch vụ này có đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của họ không?

Những điểm thiếu hụt tiềm năng và cơ hội để đáp ứng được nhu cầu và mong muốn của du khách là gì?

Bằng cách trả lời những câu hỏi trên, nhóm sẽ có những suy nghĩ phù hợp về du khách đi đến vùng này. Việc bổ sung những hiểu biết sâu về những ai mà họ thăm sẽ đưa cho nhóm một sáng kiến về loại thị trường du khách, điểm nào thường được viếng thăm, họ đến từ vùng/đất nước nào là quan trọng nhất, những dịch vụ và hoạt động nào mà vùng có thể cung cấp.

Ghi nhớ về các thị trường du lịch tiềm năng sẽ ảnh hưởng đến con số các điểm thu hút, phương tiện và dịch vụ mà có thể được phát triển cho điểm đến này. Độ lớn của thị trường thường phụ thuộc vào các dòng du khách ở bên trong hay



xung quanh điểm đến. Nếu điểm đến là gần với các điểm thu hút chính như các KBTB hoặc các điểm du lịch được hình thành, độ lớn của thị trường tiềm năng cũng sẽ lớn hơn. Hoặc, nếu là ở gần các vùng đô thị lớn hoặc các hệ thống đường cao tốc giữa các bang, thì thị trường tiềm năng cũng sẽ lớn hơn. Đôi khi, các lễ hội hoặc những điểm thu hút khác có thể phục vụ như là nam châm cho việc phát triển du lịch, cho dù lúc này không có những dòng du lịch tự nhiên ở gần các cộng đồng.